

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini, menimbulkan dampak terhadap gaya hidup dan cara berfikir di kalangan masyarakat. Berbagai macam pilihan alternatif untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, membuat masyarakat lebih bijak dan leluasa dalam menentukan pilihannya pada produk atau jasa yang dianggapnya lebih bermutu dan berkualitas. Sehingga menyebabkan persaingan antara perusahaan yang menghasilkan produk maupun jasa. Apabila perusahaan ingin memenangkan persaingan, maka perusahaan tersebut harus mampu menentukan strategi yang tepat. Hal yang harus dilakukan perusahaan membuat kreativitas baru sesuai dengan keinginan serta kebutuhan konsumen dengan inovasi yang terus-menerus perusahaan juga diharapkan dapat menarik calon konsumen menjadi konsumen potensial dan pada akhirnya dapat menjadi pelanggan.

Menurut Kenaa, (1991:148) yang dikutip oleh Aryani dan Rosinta, (2010:114) bahwa kesuksesan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh konsumennya. Apabila konsumen merasa puas terhadap produk yang ditawarkan, maka ia akan kembali untuk melakukan pembelian ulang, bahkan merefensikan atau memberi

tahukan kepada orang lain untuk membeli produk tersebut. Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang optimal dan sistematis dan terpadu merupakan payung penting untuk menentukan dalam menindak lanjuti complain konsumen dari suatu kegagalan sehingga akhirnya mampu mengikuti loyalitas konsumen (pelanggan). Dengan demikian meningkatkan persaingan di dunia usaha, terutama diantara perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa sejenis, dapat menciptakan semakin menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Masing-masing perusahaan menunjukan keunggulan produknya, tetapi perilaku dan selera konsumen yang akan melakukan seleksi. Oleh sebab itu pihak perusahaan juga harus dapat mempelajari dan mengetahui seperti apa tanggapan konsumen atau masyarakat terhadap produk yang ditawarkan tersebut.

Faktor apa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen ketika proses pengambilan keputusan dalam pembelian jasa dan bagaimana perilaku konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaiannya. Sehingga dapat memberikan pelayanan yang sebaiknya maka dibutuhkan berbagai sumber daya yang sebaiknya diatur dengan proses manajemen yang baik (Aditama, 2010: 13).

Menurut Sunyoto, (2011:137) terjadinya sikap konsumen terhadap suatu produk akan diawali dengan melihat, mendengar dan merasakan suatu produk. Kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dilakukan oleh pemikiran dan tindakan, sikap konsumen tersebut.

Dengan mengkaji sikap konsumen tersebut, perusahaan diharapkan mampu membaca keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga perusahaan dapat menghasilkan produk atau jasa yang diinginkan dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Service Quality yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2004:42) dikutip oleh Normasari dkk, (2013:4) kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Keberhasilan sebuah perusahaan apabila karyawan mampu menghasilkan pelayanan yang dianggap baik sampai pelanggan merasa puas dan dimata pelanggan citra menjadi positif.

Fakta bahwa kualitas yang dirasakan dari produk menjadi faktor persaingan paling penting di dunia bisnis (Peeler, 1996). Akibatnya, intelektual pemasaran layanan dan peneliti telah menawarkan beberapa metafora dari hal ini. Kualitas adalah fenomena multi-dimensi dengan demikian, mencapai kualitas pelayanan membedakan aspek-aspek penting dari kualitas. Dalam pembahasannya tentang kualitas pelayanan, Gronroos (2002) mengacu pada tiga dimensi *output* kualitas teknis, kualitas kinerja pelayanan, dan gambaran mental organisasi (Mosahab dkk, 2010:72).

Rumah sakit sebagai salah satu fasilitas pelayanan kesehatan memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat peningkatan derajat kesehatan di Indonesia (Aditama, 2010:9). Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu isu sangat krusial dalam studi manajemen, baik dalam lingkup manajemen sektor publik maupun manajemen sektor privat. Terjadi karena disatu sisi tuntutan masyarakat terhadap perbaikan kualitas pelayanan semakin meningkat. Oleh sebab itu peneliti tertarik meneliti *service quality* terhadap kepuasan pelanggan, seperti tercantum dalam SK Menteri Kesehatan RI No 983/Menkes/SK/XI/1992 menyebutkan bahwa rumah sakit umum adalah rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan yang bersifat dasar, spesialisik dan subspesifik (Aditama, 2010:6).

Customer satisfaction (kepuasan pelanggan) diartikan di kepuasan pasien terhadap pelayanan rumah sakit. Menurut Park (dalam Hasan, 2009:57) yang dikutip oleh Normasari dkk, (2013:3) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang maupun jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dikatakan suatu pembandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, pelayanan ataupun hasil yang diterima paling tidak harus sama dengan harapan konsumen.

Menurut Elu, (2005) yang dikutip oleh Aryani dan Rosita, (2010) keputusan perusahaan dalam meninjau lanjuti tindakan perbaikan pelayanan secara sistematis menentukan dalam menindak lanjuti complain konsumen dari sebuah kegagalan sampai pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas konsumen, kepuasan pelanggan menjadi para meter penting dalam bisnis sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan.

Menurut Herlambang dan Murwani, (2012:114) di Indonesia Rumah Sakit sebagai mitra bagian sistem pelayanan kesehatan secara garis besar memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa pelayanan kesehatan yang mencakup pelayanan medik, *rehabilitasi* medik dan pelayanan perawatan. Pelayanan yang dilaksanakan melalui unit gawat darurat, unit rawat jalan dan unit rawat inap. Perkembangan Rumah Sakit pertama kali hanya memberi pelayanan yang bersertifikat penyembuhan (*kuratif*) terhadap pasien melalui rawat inap. Kemudian, Rumah Sakit karena kemajuan ilmu pengetahuan khususnya teknologi kedokteran, peningkatan pendapatan dan pendidikan masyarakat. Pelayanan kesehatan di Rumah Sakit saat ini tidak saja tidak saja bersifat kuratif tetapi juga bersifat pemulihan (*rehabilitatif*). Kedua pelayanan tersebut secara terpadu melalui upaya promosi kesehatan (*promotif*) dan pencegahan (*preventif*).

Terdapat empat jenis Rumah Sakit berdasarkan klasifikasi di Indonesia yaitu kelas A, B, C, dan D. Kelas Rumah Sakit yang lebih tinggi atau kelas A mengayomi kelas Rumah Sakit yang lebih rendah dan memiliki pengayoman wilayah yang lebih luas. Pengayoman dilaksanakan melalui dua sistem rujukan yaitu sistem rujukan kesehatan (berkaitan dengan promotif dan preventif seperti bantuan teknologi, bantuan sarana dan operasional serta rujukan medik (berkaitan dengan pelayanan yang bersifat *kuratif* dan *rehabilitatif*). Dengan adanya perubahan Rumah Sakit kelas A dan B menjadi Rumah Sakit Swadana, bahkan ada yang menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan). Perubahan dalam peningkatan profesionalisme staf, tersediannya peralatan yang lebih canggih, dan lebih sempurna sistem Rumah Sakit yang akan bermanfaat untuk peningkatan mutu pelayanan kesehatan Rumah Sakit.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan pokok masalah sebagai berikut :

“Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Dr. Hardjolutik Yogyakarta?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Untuk menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Dr. Hardjolutito Yogyakarta.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan khususnya bidang manajemen tentang *service quality* dan berguna bagi peneliti lebih lanjut.

2. Praktis

a. Bagi Manajemen Rumah Sakit

Memberi masukan bagi Rumah Sakit Dr. Hardjolutito sebagai lahan praktek, hasil penelitian ini dapat dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dan masukan bahwa *service quality* merupakan yang faktor penting yang harus ditingkatkan kualitasnya sehingga dapat memberikan keuntungan bagi rumah sakit maupun pada pasiennya.

b. Bagi Pengembangan Ilmu Manajemen

Memberi masukan tentang pentingnya pelaksanaan *service quality* untuk meningkatkan mutu pelayanan Rumah Sakit.

E. Sistematika Penulisan Tesis

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi tesis ini, maka perlu ditemukan sistematika penulisan tesis sebagai berikut

Bagian awal meliputi : Halaman Judul, Nota Pembimbing, Halaman Pengesahan Keaslian Tesis, Kata Pengantar, Abstrak, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar Dan daftar Lampiran.

Bab I Pendahuluan Mencakup Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka meliputi : Landasan Teori, Hasil Penelitian Terdahulu, Kerangka Konsep, dan Hipotesis.

Bab III Metode Penelitian Meliputi : Populasi dan Sempel Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Defenisi Oprasional dan Pengukuran, Instrumen Penelitian, Teknik Analisis Data, Uji Hipotesis, Uji Ketetapan Model, Uji Asumsi Klasik.

Bab IV Analisis Penelitian meliputi : Diskripsi Data Responden, Karakteristik Tanggapan Responden, Hasil Pengujian Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Hipotesis (Uji Regresi Linier Berganda dan Uji-t), Uji Ketepatan Model (Uji F^2 dan R^2), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas), Pembahasan.

Bab V Kesimpulan Keterbatasan dan Saran meliputi : Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran.

Daftar Pustaka, Lampiran.